

令和6年7月2日

発 言 者	発 言 要 旨
阿部（恭）委員	報道でさくらんぼの不作が取り上げられているが、ふるさと納税におけるさくらんぼの不足分の対応はどのように考えているのか。
県産品・貿易振興課長	県へのふるさと納税の返礼品における今季発送予定分のさくらんぼでは、7月1日時点で約3,400件が数量を確保できない状況にある。寄附者の意向を確認しながら、代替品送付等の対応を進めている。このほか、サイズ違いのさくらんぼで対応しているものが10件、別品種で対応しているものが70数件ある状況である。
阿部（恭）委員	約3,400件について対応中とのことだが、それら以外で、ふるさと納税をキャンセルされた事例は把握しているのか。
県産品・貿易振興課長	さくらんぼの不作に伴うキャンセルは、現時点では把握していないが、今後起こり得ると考えている。
阿部（恭）委員	今年度の果樹の不作がさくらんぼに限らないのではないかと危惧しており、代替品として想定されるシャインマスカットも高温の影響から不作となり、代替品ですら返礼品として送付できない可能性があると考え。その場合は、どのように対応するのか。
県産品・貿易振興課長	代替品は、確実に手配できるものを提案することになる。極力寄附者の要望に沿えるようにしたい。
阿部（恭）委員	本県はふるさと納税に力を入れているが、県内自治体のふるさと納税とのすみ分けについて、どのように考えているのか。
県産品・貿易振興課長	<p>総務省で公表している令和4年度のふるさと納税の状況では、県分が6.2%減少しているのに対し、県内市町村全体では件数、金額ともに増加している。また、最も寄附額の多い市町村の寄附金額は、県の約2倍であり、県だけでなく市町村も多くの寄附を集めていると認識している。</p> <p>ふるさと納税は市町村に加え県も取り組むことで、より広く本県の魅力を全国に発信するとともに、寄附者の選択肢を広げることになると考える。これにより、市町村を含めた県全体の寄附の増加につながるとともに、県では市町村の枠を超え県全域から返礼品をリストアップすることが可能となるため、複数市町村の地域産品を組み合わせた返礼品を提供することで、市町村の魅力発信にもつながっていると考えている。</p>
阿部（恭）委員	市町村のふるさと納税の返礼品において、別の自治体から商品を調達している事例について把握しているか。
県産品・貿易振興課長	市町村のふるさと納税の所管はみらい企画創造部であるが、そのような話は聞いていない。
阿部（恭）委員	本県のふるさと納税の返礼品において、同様の事態が生じたとすれば大変なこととなる。情報収集や調査をすべきと考えるがどうか。

発 言 者	発 言 要 旨
県産品・貿易振興課長	ふるさと納税の返礼品は明示されている産地の品を届ける必要があるため、別の自治体の品を届けることはあってはならない。本県では、参画事業者にも同事項を含む遵守すべき事項を説明しているほか、担当者が事業者の作業現場に赴き、作業の手順確認等を実施している。
阿部（恭）委員	令和5年度の県の調査ではD X化されていない事業者が65%で、うち約500者にアドバイザーを派遣したとあり、良い取組であると感じた。人口減少への対策は、賃金上昇や余暇時間増加であり、労働生産性の向上が必要と考えている。3年度の県民経済計算における各業種の県内総生産を就業者数で除した数値に基づくと、不動産業の労働生産性が最も高く、次に情報通信業、電気・ガス・水道・廃棄物処理業、鉱業、公務の順となっている。逆に、最も低い業種が宿泊飲食サービス業となっており、不動産業とは10倍以上の差がある。今後、県として、D X化推進等による労働生産性向上にも重点を置き施策を進めることが重要と考えるがどうか。
産業技術イノベーション課長	企業がD X化によって、労働生産性を高め、これまで以上に利益を上げられるようになるため、その利益をもって研究開発などの新事業への展開が期待できると考えている。
観光交流拡大課	観光業の中でも、特に宿泊業では日中の時間帯にどうしても労働時間が空くということもあり、なかなか労働生産性が上がらないと聞いている。県としては、そうした中でも労働生産性を向上させるため、観光事業者のD X化の推進に係る補助事業等を展開している。
阿部（恭）委員	労働生産性の向上について、県民所得や労働時間等の多角的な視点から取組を進めていただきたい。
阿部（恭）委員	県のプロフェッショナル人材戦略推進事業において、実際に事業を活用した企業に話を聞いたが、内部の人間では考えが及ばなかった部分まで意見や助言を得られ、業務の効率化等を実現できたとの意見があった。同事業についての要件を緩和し、一層効果が表れる事業として展開すべきと考えるがどうか。
商業振興・経営支援課長	同事業は平成27年度から始めた事業で、事業者から好評を得ている。これまでは、フルタイムでのプロ人材とのマッチングをメインとしていたが、最近は地方でも使いやすいよう、副業・兼業でのプロ人材とのマッチングにも力を入れている。このように地方にとって使いやすい形で事業の制度を見直している。副業・兼業の実績として、令和6年3月時点の累計で、67名のプロ人材が県内企業で活用されている。
阿部（恭）委員	副業・兼業のプロ人材への補助金額が、現行制度では宿泊交通費に対し上限5万円となっている。リモートでの対応の場合は、適用対象外となるため、宿泊交通費以外でも支弁を可能とするよう、補助要件を緩和してはどうか。
商業振興・経営支援課長	兼業・副業のプロ人材に対する補助について、産業労働部としては宿泊交通費関係のみとなるが、みらい企画創造部では未来（ミラ）くる人材活用事業を展開しており、そちらではマッチング手数料等を県で負担する制

発 言 者	発 言 要 旨
阿部 (恭) 委員	度となっている。双方の事業を連携させる動きもあり、県としても事業内容の研究を進めたい。
阿部 (恭) 委員	労働生産性の向上は、機械化による単純作業効率化、業務委託等も対策として考えられるが、県として、企業の機械化に係る進捗率等は把握しているのか。
産業科学技術政策主幹	機械化について定量的に把握はしておらず具体的な数値を示すことはできないが、製造業の生産性向上や省人力化についての技術的な課題解決に向けて、工業技術センター内の生産性向上科が対応している。昨年度の事例を紹介すると、金属部品の製造企業に対し、ライン作業における製品の取り出しをロボットに置き換える支援を実施した。この支援により、夜間帯の作業の無人化が実現し、年間最大500万円の費用節減効果が得られたと聞いている。これは一例だが、同様にロボットを導入して省人力化している例は複数あり、今後もニーズを捉えながら支援していく。
阿部 (恭) 委員	定量的な調査を今後実施してほしい。また、パワーアップ補助金事業を活用した好事例の紹介等を行うことで、事業未活用の企業へのPRにつながると思う。
阿部 (恭) 委員	山形県就職情報サイトについて、毎年60社前後が同サイトに新規登録するように県で募集しているが、登録企業の募集数を更に増やす必要があるのではないか。
雇用・産業人材育成課長	山形県就職情報サイトは、平成27年12月に、県内外の求職者に向けて、県内企業の求人情報や就活イベント情報を一元的に発信することを目的に開設しており、利用者も掲載企業も無料で利用できる。毎年、60社程度の掲載企業の増加を目標としているが、目標に到達できない年もある。全体の登録数は650社程度となっているが、同サイトは企業の求人情報のみではなく企業紹介の動画の掲載やインタビューも掲載し充実を図っている。
阿部 (恭) 委員	大手就職サイトは本県の中小企業が掲載することは難しく、県外の若者や大学生は同サイトをよく見ていると聞いているため、一層充実させてほしい。実際に年々アクセス数が増加していると認識しているが、同サイトを經由して企業にインターンシップや就職したという活用状況は把握しているのか。
雇用・産業人材育成課長	山形県就職情報サイトは、幅広く利用してもらうために登録制としておらず、同サイトから就職につながった等の実数は把握していない。東京にUターン就職の拠点として設置されている「やまがた暮らし・しごとサポートセンター」の相談員に確認したところ、同サイトを最初から知っていた来訪者はほとんどいない状況とのことだった。しかし、サイト利用者からは、県内企業の幅広い情報を得る手段として非常に有効との評価を得ている。サイトの知名度がまだまだ低いため、今後大学等での周知を行い、取組を強化していく。
阿部 (恭) 委員	今後知名度が上がるように尽力いただきたい。利用状況の把握について

発 言 者	発 言 要 旨
雇用・産業人材 育成課長	<p>も、サイトに登録している企業から、様々な事項を聴取する方法も可能であるとする。検討いただき、より良いサイトにしていただきたい。</p> <p>サイトの掲載企業から様々な意見が寄せられており、特にシステム面において、使いやすさの向上を求める意見が多く見受けられる。また、就職者へのインタビュー等も掲載しており、そのようなところから企業の意見をいただき、サイトをより充実させて認知度を高める取組を進めていく。</p>
松井委員	<p>令和2年5月に開館した山形県総合文化芸術館について、新型コロナウイルス感染症の5類への移行もあり、文化の拠点施設として、今後ますます活用されることを期待している。現在の来場者数や利用状況はどうか。</p>
県民文化芸術 振興課長	<p>開館当初は新型コロナウイルス感染症の影響を受けたが、特に昨年度の5類移行以降、来館者数が増加している。令和5年度の来館者は、ホールが約53万人、併設している県産品ショップ魅力発信モールが約27万人、西口広場が約10万人で、年間約90万人の来場者がある。</p>
松井委員	<p>先日、西口広場でのイベントに足を運んだが、親子連れが非常に多く見受けられた。未来を担う子どもたちに様々な文化を体験する機会を確保していく必要があると感じる一方、低所得者等の経済的に余裕がない家庭における子どもの文化体験について、格差があってはいけないと考えている。県としての、子どもたちの文化体験機会の創出に向けた取組はどうか。</p>
県民文化芸術 振興課長	<p>急激な少子高齢化等により文化活動の担い手や鑑賞者が減少しており、学校の統廃合等の要因も重なり、子どもたちが文化芸術に触れる機会が減少している。子どもの体験機会としては、0歳児からの文化体験も重視しており、親子で音楽を聞く機会を提供するほか、小学生等をホールに呼び、山形交響楽団の演奏会を鑑賞する事業や、全国レベルのバレエ公演の際にバレエを習う子どもにプロのバレエ団が直接指導する機会を設けるなど、子どもたちが鑑賞・体験する機会を創出している。</p>
松井委員	<p>山形市の新市民会館のデザイン案が公開されたが、その新市民会館との連携等について、現時点で山形市と協議は行っているのか。</p>
県民文化芸術 振興課長	<p>先日、山形市民会館整備事業の優先交渉権者決定等の結果が公表され、山形市において今後整備が進められるものと認識しているが、現時点で具体的な協議等を行っていない。</p>
松井委員	<p>今年度から第2期山形県文化推進基本計画が始まっているが、子どもたちの文化体験に係る同計画の中での位置付け、他の施策との連携等について、現状と今後の方向性はどうか。</p>
県民文化芸術 振興課長	<p>急激な少子化や指導者の高齢化の進行等により、文化鑑賞や発表の機会が減少するとともに、地域コミュニティの弱体化や学校活動の減少など、地域の伝統文化等に親しむ機会も減少してきている。このような状況を踏まえ、第2期計画では、3点の重点的な取組の視点を掲げ施策を推進していくこととしている。1点目は、演じる、鑑賞する、運営するという文化の担い手を育成すること、2点目は、文化活動の発表の場を確保し、文化</p>

発 言 者	発 言 要 旨
松井委員	<p>に触れる機会を拡大していくこと、3点目は、文化活動における情報発信を強化、デジタル技術を活用促進していくことである。特に、次代の文化の担い手となる子ども・若者が地域の文化に触れ、体験し、発表する機会の創出と育成を図っていく。</p> <p>文化庁が認定する日本遺産に「山寺が支えた紅花文化」が認定されて6年が経過し、更新の時期を迎えている。これまでの取組と、今後の展開はどうか。</p>
県民文化芸術振興課長	<p>平成30年に「山寺が支えた紅花文化」が日本遺産の認定を受けるに当たり6年間の地域活性化計画を策定している。令和5年度には次期3年間の新たな地域活性化計画を策定し、認定更新に向けた作業を進めてきたところである。</p> <p>平成30年からの3年間は国庫補助金を活用し、多言語対応のポータルサイトの開設、プロモーション映像制作及び情報発信拠点整備等の環境整備を重点的に進めてきた。後半の3年間は、コロナ禍で活動できない時期もあったが、小学生を対象とした山寺や紅花文化に関する体験事業を実施し、動画配信や関係市町、団体と連携して地域周遊する体験型旅行商品の造成などを行ってきた。</p> <p>また、山寺へは外国人も多く訪れるため、山寺外国語ガイドなど、受入体制の整備を進めてきた。加えて、構成する9市町の周遊スタンプラリーの開催等も行ってきた。</p>
松井委員	<p>日本遺産の周遊スタンプラリーの詳細はどうか。</p>
県民文化芸術振興課長	<p>日本遺産「山寺が支えた紅花文化」を構成する9市町を周遊する取組として令和3年度より開催しており、9市町と山寺を加えた計10か所を巡るものとなっている。デジタルスタンプラリーもある中で、親子で回る楽しさや、スタンプを押す楽しさといったことを考慮し、あえてアナログ形式の台紙にスタンプを押すスタンプラリーとしている。スタンプラリーは、村山総合支庁ややまがた広域観光協議会と連携しながら展開している。</p>
松井委員	<p>スタンプラリーの台紙を拝見したが、非常に工夫が凝らされているように見受けられた。キャンペーンやイベントを行うことでSNSへの投稿も行われ、相乗効果で盛り上がりが生まれると考える。</p>
松井委員	<p>6月に第3回日本一美酒県山形フェアが、山形県、山形県酒造組合及び山形県ワイン酒造組合等との共催で開催されたが、前売券及び当日券の売上げ、来場者数の実績はどうか。</p>
県産品・貿易振興課長	<p>6月1、2日に開催した第3回日本一美酒県山形フェアは、1日に4,610人、2日に3,126人の計7,736人が来場した。両日とも当日券の売れ行きも好調であった。</p>
松井委員	<p>プレミアムシートの売上実績はどうか。</p>
県産品・貿易振興課長	<p>プレミアムシートについて、昨年度はシートの場所を霞城セントラル内のアトリウムとしたが、より会場の雰囲気を感じられるよう山形県総合文</p>

発 言 者	発 言 要 旨
松井委員	<p>化芸術館の敷地内に専用の席を設けるよう変更した。また、プレミアムシートの特典としてウェルカムドリンクや専用おつまみを用意し、ファストパスを設定する等、一般のチケットとの差別化を図った。そのこともありプレミアムシートの売上げは好調で、全72組のチケットはほぼ完売した。</p> <p>前売券とプレミアムシートの間価格帯となるチケットを販売すれば、その層を取り込むことが可能になると考える。このような反省を次年度に引き継いでほしいと考えるが、次年度からは同フェアの開催を山形県酒造組合に引き継ぐ方針であると聞いている。今後の連携や引継方法について、現段階のビジョンや計画はどうか。</p>
県産品・貿易振興課長	<p>来場者からは、会場に座る場所が少ない等、様々な声をいただいているため、それらを参考とし、テントの設営数等について、今後の運営に反映させていきたい。</p> <p>日本一美酒県フェアは、山形県、山形県酒造組合及び山形県ワイン酒造組合のほか、県内酒販関係等の20団体ほどで構成する実行委員会で運営している。県の人的・財政的支援は、イベント立ち上げまでの3回程度とし、以降は山形県酒造組合を中心とした民間ベースに移行する計画で始めたが、令和7年度の第4回からは予定通り、山形県酒造組合を中心とした運営となるため、これまで蓄積したノウハウ、成果検証の結果等を県から引き継いでいく予定である。なお、第4回以降のフェアでも、県は実行委員会委員として参画する予定であり、関係機関と引き続き連携していく。</p>
松井委員	<p>世界に県産酒を発信していくことが重要と考えるが、今回の欧州でのトップセールスの成果、今後の販路拡大に向けた取組はどうか。</p>
貿易振興主幹	<p>今回の欧州トップセールスはイタリア、フランスで実施している。イタリアは2015年のミラノ国際博覧会への出展を契機に、県産日本酒の輸出額が増加しており、更なる販路拡大に向けプロモーションを実施してきた。フランスは全国の日本酒の輸出先上位に位置するが、県産日本酒の販路にまだまだ伸びしろがある有望なマーケットとして捉え、県産日本酒の認知度向上による新規販路開拓を目指してプロモーションを実施してきた。</p> <p>各プロモーションの参加者からは、提供した県産日本酒の背景を含めて高い評価をいただき、帰国後早速プロモーションで使用した県産日本酒に関する問い合わせやサンプル提供の依頼があったと聞いている。さらに、現地の県産日本酒取扱業者との面談の中で、県産日本酒の差別化に関する貴重なアドバイスをいただいたほか、今後の県産日本酒の認知度向上・販路拡大への協力について力強い言葉をいただいた。今回の欧州トップセールスで紡いだ新たな人的つながりを活用し、PRを進めたい。</p>
関委員	<p>県外からのU I ターン就職希望者に対して交通費等を助成する県内定着・回帰促進事業の昨年度までの利用者と今年度現時点での利用者、成果及び課題等はどうか。</p>
雇用・産業人材育成課長	<p>同事業は平成27年度から行っており、県内で実施される採用面接又はインターンシップに参加するために要した交通費の一部を助成するものである。今年度から、助成の対象に県が主催する合同企業説明会への参加を加えた。助成額は1回当たりの対象交通費の2分の1又は2万円のいずれ</p>

発 言 者	発 言 要 旨
	<p>か低い額としており、昨年度から上限額を倍増している。</p> <p>令和5年度の実績は43件、実人数ベースで35人、6年5月末時点での実績は11件、実人数ベースで9人の利用となっている。</p> <p>同事業の利用に当たっては、やまがた暮らし・しごとサポートセンターに登録することが条件であり、就職協定を締結している大学生は登録してなくても利用が可能である。5年度と同センターの登録者数は759人で、登録者の8割以上が首都圏在住者となっている。同センターは対面による相談だけでなく、電話、メール及びリモートの全てで相談が可能である。相談者にはセンターへの登録を含め、事業の周知を図り、県内企業への応募者増加につなげていく。</p>
関委員	同様の事業を実施している市町村はあるか。
雇用・産業人材育成課長	舟形町、南陽市を始め同様の事業を実施している市町村は複数あると把握している。県のホームページに市町村事業についても掲載している。
関委員	<p>事業利用の要件としてやまがた暮らし・しごとサポートセンターへの登録があるが、登録者の8割が首都圏在住であるように、知名度の低さが課題であるように見受けられる。庄内地域では、高校卒業者の約半数は宮城県を始めとした近隣県に流出している。事業利用者を首都圏のセンター登録者以外にも拡充していくことについてどのように考えるか。</p>
雇用・産業人材育成課長	近隣県への進学者は相当数いるため、教育局と連携し高校卒業後の進学するタイミングで同センターへの登録の協力依頼や、実家に定期的に県内の就職情報を送付するなどにより、登録者数を増やしていきたい。
関委員	高校卒業時は登録のきっかけと考えるため、教育局と連携し進めてもらいたい。就職協定を締結している大学を増やすことについてはどうか。
雇用・産業人材育成課長	協定大学は現在30校あり、首都圏だけでなく北海道、東北及び関西地域の大学もある。協定締結のきっかけは、大学側の申出による場合が多い。大学側でも入学者数の減少を受け、就職支援に力を入れている傾向にあり、より幅広い地域の大学と協定を締結していきたい。
関委員	今年度における文化財保護事業費の修理費補助の予算執行状況はどうか。また、そのニーズの把握はどうか。
県民文化芸術振興課長	令和6年度の文化財保護事業の修理費補助予算額は27件約7,100万円であり、市町村の事業要望調査に基づき支援している。5年度の予算額は33件、約4,400万円で、予算額は約2,600万円増加しているが、これは大雨被害を受けた文化財復旧のため予算措置されたものである。
関委員	市町村の要望に基づくとのことだが、同事業は市町村にも費用負担があり、その予算編成の都合で年度内に対応可能な修理のみ要望に上がっており、潜在的なニーズは非常に多いと考える。県の文化財保存活用大綱には市町村及び所有者からの要望が記載されており、市町村の要望では管理に対する不安、修理に関する不安が第1位、第2位となっている。また、所有者からも県や市町村からの支援がほしいとの声が上がっており、日常の

発 言 者	発 言 要 旨
<p>県民文化芸術振興課長</p>	<p>管理や修理に負担を感じていることが読み取れる。同事業の補助率は県2分の1だが、独自の調整率により本来補助額よりも減額されている。ニーズに対応するため、予算規模の抜本的な拡大が必要と考えるがどうか。</p> <p>文化財の保存修理に関する基本的な考え方として、文化財の管理及び修理は所有者が行うこととなっている。指定文化財の管理・修理に多額の費用を要する場合は所有者の負担軽減のため、国や県がその経費の一部に充当できるよう予算の範囲内で補助金を交付している。指定文化財は年々増加しており、経年による維持管理や保存修理に係る経費も増えている状況である。また、地震や火災等の災害への対策も求められており、消火設備等の更新経費も増加している。</p> <p>文化財保存修理に係る補助率については、国庫補助が全体経費の原則2分の1、その国庫補助残額の2分の1、つまり全体経費の25%について県が嵩上げ補助してきたが、平成11年から予算の関係もあり、調整率を設定して補助金を交付している。近年の調整率は、全体経費に対し、市町村に対しては5.5%程度となっている。</p>
<p>関委員</p>	<p>文化財の防火設備の設置状況はどうか。</p>
<p>県民文化芸術振興課長</p>	<p>消火設備の設置状況は、国宝及び重要文化財に指定されている建造物30件のうち、防災設備が不要とされているものを除く全てに消火器及び自動火災報知設備が設置されている。また、県の指定文化財47件については、消火器及び自動火災報知設備が設置されているものが19件、対策不要のものが14件、今後対策が必要なものが14件となっている。</p>
<p>関委員</p>	<p>今後対策が必要なものについて、全体の経費を把握しているのか。</p>
<p>県民文化芸術振興課長</p>	<p>防火設備設置についても所有者負担が生じることから、早急に全ての対策を講じることが難しい状況である。このような状況に対応するため、令和5年度より当課で文化財管理防災パトロールを実施し、文化財を巡視するとともに、管理状況を確認している。また、文化財所有者に防火設備の設置等について指導・助言を行っている。</p>
<p>関委員</p>	<p>防火設備のニーズを把握しているということか。</p>
<p>県民文化芸術振興課長</p>	<p>パトロール等を通してニーズの把握に努めている。</p>
<p>関委員</p>	<p>所有者の意向に加えて、今後対策が必要なものがどの程度の経費を要するのかも含めて、引き続き把握に努めてほしい。</p>
<p>関委員</p>	<p>第2次おもてなし山形県観光計画の基本的施策に「観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進」があるが、本県の食文化についても観光資源として位置付けてはどうか。</p>

発 言 者	発 言 要 旨
観光交流拡大課長	<p>同計画の基本的施策「観光資源の発掘・磨き上げ、各種ツーリズムの推進」内の主な取組として「美食・美酒・温泉ツーリズムの展開」を掲げており、庄内地域ではガストロノミーツーリズム事業を展開するなど、地域ならではの食文化を活用した観光コンテンツの発掘・磨き上げと情報発信を行っている。</p> <p>また、今年度の観光白書では、日本政府観光局の調査の結果、国内旅行の主な目的としてガストロノミーが最も多く掲げられており、観光において美食は最も重要なコンテンツであると認識している。</p>
関委員	<p>地域に委ねられている部分は大きいですが、観光としての食文化は、背景のストーリーが必要と考える。鶴岡市の例では、ユネスコの食文化創造都市のほか、農林水産省で実施している農泊・食文化海外発信地域であるセイバージャパンの認定も受けているが、県内の中には認定を受けられるような地域がほかにもあるのではないかと考える。様々な角度から観光資源を磨き上げ、県が情報発信していくことが必要と考えるがどうか。</p>
観光交流拡大課長	<p>山形県は農業が盛んな県であり、観光でも農業との素材的な結び付きは非常に強い。ブランド米を始め、銘柄牛・豚、果物及び伝統野菜も非常に多く食資源は豊富であると考えている。県内各地域でも、庄内地域では食に特化した観光を進めているほか、村山地域ではワイナリーや酒蔵と、芋煮やフルーツをクロスさせるようなPRをしている。また、最上地域では新たなミールキットの開発等、各地域で取組が進んでいると認識している。観光にはこのような各地域の特色を生かすことが非常に重要であるが、それだけではなく歴史や文化等の背景も組み合わせ、山形の誇れるコンテンツとして訴求力の高い情報発信を行っていく。</p>